

Pelatihan Teknik *Cinematic* sebagai Media Bantu Promosi Digital

Andi Sofyan Anas¹, Fatimatuzahra², Rifqi Hammad³, Muhammad Arfa⁴, Kurniadin Abd. Latif⁵, Miftahul Madani⁶, I Desak Ayu Adhia Lestari⁷

andi.sofyan@universitasbumigora.ac.id¹, azzahrafatima4@gmail.com²,
rifqi.hammad@universitasbumigora.ac.id³,
muhammad.arfa@universitasbumigora.ac.id⁴, kurniadin@universitasbumigora.ac.id⁵,
madani@universitasbumigora.ac.id⁶, 1510530202stmikbumigora.ac.id⁷

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Bumigora

Article History:

Received: 04-05-2023

Revised: 04-07-2023

Accepted: 17-07-2023

Keywords:

Cinematic

Digital

Promotion

Copyright © 2023 the Authors

This is an open access article under the CC BY-SA License.

Abstract: *In the world of beauty service business, increasingly competitive competition encourages entrepreneurs to improve the quality of their services and products so they can compete in the market. Salon Bricela, a beauty salon specifically for women, offers various types of grooming services to attract consumers. However, with the emergence of many salons and spas in the city of Mataram, Bricela salon needs to find a different way to promote its products and increase its presence. One of the solutions chosen is to make promotional videos that use cinematic techniques to attract consumer interest. The purpose of this thesis is to make a promotional video that introduces Salon Bricela's Spa care products that are not well known in the wider community. The result of this research is a promotional video using Cinematic Techniques as a Media for Digital Promotion which displays the types of treatments and beauty products used in the Bricela salon. It is hoped that by using this technique, the promotional video for Bricela salon will become more attractive and easily understood by consumers, so that it can increase the existence of Bricela salon in the city of Mataram.*

Pendahuluan

Pasar industri jasa kecantikan di Indonesia saat ini semakin kompetitif (Rahayu, 2016)(Hasibuan, 2022). Walaupun begitu, meskipun potensi pasar industri kecantikan yang besar, bisnis di bidang tersebut tidak terpengaruh secara signifikan. Bahkan, banyak perusahaan baru yang bermunculan di tengah pandemi Covid. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), industri kosmetika yang mencakup sektor farmasi, kimia, dan obat tradisional mengalami pertumbuhan sebesar 9,61% pada tahun 2021. Selain itu, BPOM RI mencatat bahwa jumlah perusahaan di industri kosmetika meningkat hingga 20,6%, dengan jumlah industri kosmetika meningkat dari 819 menjadi 913 dari tahun 2021 hingga Juli 2022, seperti yang terjadi di Lombok saat ini banyak salon dan spa yang bermunculan membuat persaingan semakin ketat. Salah satu salon kecantikan yang berada di kota Mataram dan juga merasakan dampak dari persaingan ini adalah Salon Bricela. Meskipun Salon Bricela telah menawarkan berbagai jenis jasa perawatan kecantikan yang berkualitas, namun

keberadaannya tetap terancam karena persaingan yang semakin ketat.

Salon Bricela menyadari bahwa dalam era digital seperti sekarang, promosi menjadi sangat penting untuk meningkatkan eksistensinya di pasar (Rahayu, 2016). Oleh karena itu, mereka membutuhkan media promosi yang lebih efektif dan menarik untuk menjangkau konsumen, (Brata, 2017) Dalam analisis ini, terdapat tiga temuan yang menarik perhatian. Pertama, dari enam iklan rumah spa yang dianalisis, semuanya memiliki struktur makro yang lengkap. Namun, pada tatanan superstruktur, beberapa iklan memiliki superstruktur yang kurang lengkap. Di sisi lain, pada tatanan struktur mikro, setiap iklan memiliki unsur semantik dan sintaksis, tetapi beberapa iklan juga memiliki unsur retorik. Kedua, dari enam iklan yang dianalisis, makna verbal dapat dianalisis melalui struktur makro dan mikro, yang merupakan bagian dari struktur wacana pada iklan. Dan ketiga, keenam iklan yang dianalisis juga mengandung makna nonverbal yang ditunjukkan oleh tanda-tanda seperti ikon, indeks, dan simbol. (Azzahra & Sudrajat, 2021) penelitian menunjukkan brand ambassador NCT 127 dan daya tarik iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nature Republic secara parsial maupun simultan. Adapun nilai koefisien determinasi sebesar 0,491 sehingga adanya pengaruh brand ambassador NCT 127 dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian Nature Republic yaitu dengan nilai sebesar 49,2% sedangkan sisanya 50,8% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

Salah satu media yang dapat dimanfaatkan adalah teknik cinematic sebagai media bantu promosi digital. Pemanfaatan teknik cinematic akan membantu Salon Bricela untuk memperkenalkan produk dan jasa perawatan kecantikan mereka secara lebih menarik dan efektif. Video promosi dengan teknik cinematic dapat memberikan kesan yang lebih profesional dan berkualitas, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap Salon Bricela. Dengan demikian, pemanfaatan teknik cinematic sebagai media bantu promosi digital diharapkan dapat membantu Salon Bricela untuk tetap eksis dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Pentingnya pendampingan promosi digital dalam era digital saat sekarang ini (Febiyanti, 2021), promosi digital sangat penting bagi perusahaan dalam memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada konsumen. Hal ini karena konsumen saat ini cenderung lebih sering menggunakan media digital untuk mencari informasi tentang produk atau jasa yang mereka butuhkan (Mardiani & Imanuel, 2013). Persaingan yang semakin ketat di Industri jasa kecantikan merupakan salah satu industri yang sangat kompetitif, terutama di kota-kota besar seperti Mataram. Banyaknya salon dan spa yang bermunculan membuat persaingan semakin ketat, sehingga Salon Bricela perlu mencari cara untuk tetap eksis dan bersaing di pasar. Potensi pemanfaatan teknik cinematic sebagai media bantu promosi digital: Teknik cinematic dapat memberikan kesan yang lebih profesional dan berkualitas

pada video promosi, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini akan sangat berguna bagi Salon Bricela dalam meningkatkan eksistensinya di pasar. Meningkatkan kualitas pelayanan dan produk dengan melakukan pendampingan ini, diharapkan Salon Bricela juga dapat memperbaiki kualitas layanan dan produk yang mereka tawarkan. Hal ini karena pada proses pembuatan video promosi dengan teknik cinematic, perlu dilakukan evaluasi terhadap produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat ditingkatkan kualitasnya.

Salon Bricela adalah salon kecantikan khususnya bagi wanita yang memiliki berbagai jenis jasa perawatan yang ditawarkan untuk menarik konsumen. Salon Bricela berdiri sejak 2008 dan berada di tempat strategis di Jl. Adi Sucipto No 25 tinggar Ampenan. Salon ini mempromosikan jasa Rias wajah dan jasa perawatan spa. Menjamurnya salon dan spa di kota Mataram berdampak bagi Salon Bricela. Banyaknya salon dan spa yang menawarkan produk-produk unggulan dengan media-media digital khususnya di media sosial cukup bisa menarik perhatian masyarakat, khususnya kaum hawa, untuk melakukan perawatan (Dwi Anggraeni, 2018). Hal ini membuat eksistensi Bricela salon kalah dengan salon-salon lain yang ada di Mataram. Karena itu, Bricela salon membutuhkan media bantu promosi yang berbeda dari yang lain dengan konsep Video dengan teknik cinematic, supaya produk-produk salon Bricela dapat divisualisasikan ke dalam video dengan teknik cinematic agar lebih menarik dan lebih mudah dipahami. Tujuannya adalah untuk meningkatkan eksistensi salon Bricela di kota Mataram.

Konten-konten yang terdapat pada sosial media salon Bricela hanya berupa gambar dan foto, sedangkan gambar atau foto tersebut kurang efisien untuk menyampaikan informasi secara detail dan jelas, serta tidak kreatif untuk menyampaikan pesan dan promosi. Dari penjelasan tersebut ditemukan bahwa masalahnya adalah Salon Bricela ingin memperkenalkan media bantu promosi dalam bentuk video dengan konsep pemanfaatan Teknik Cinematic untuk mempromosikan produk pelayanan perawatan Spa milik salon Bricela yang selama ini belum dikenal luas oleh masyarakat. Hal ini bertujuan agar mempermudah masyarakat mengetahui detail produk pelayanan perawatan Spa salon Bricela. Melalui pengabdian ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan industri jasa kecantikan di Indonesia, khususnya bagi Salon Bricela dalam meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin ketat.

Metode

Metode Kualitatif deskriptif dijadikan metode pada penelitian ini yang merupakan pencarian fakta dengan mengumpulkan data-data berupa kata-kata, gambar, bukan angka.

Dengan demikian, penelitian ini akan berisi beberapa kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari kegiatan wawancara dan hasil dokumentasi (Puspitarini & Nuraeni, 2019). pelatihan atau workshop kepada owner dan staff Salon Bricela untuk mempelajari Teknik Cinematic dan cara mengaplikasikannya dalam media promosi digital. Selain itu, dapat juga dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi efektivitas Teknik Cinematic sebagai media promosi digital pada Salon Bricela, (Pratishara & Masduki, 2018).



Gambar 1. Metode pengabdian

Tahapan pelatihan untuk pemanfaatan teknik cinematic sebagai media bantu promosi digital pada Salon Bricela.

a. Pembuatan Konsep

Konsep teknik cinematic dan manfaatnya dalam promosi digital, Tahap awal pelatihan adalah memberikan penjelasan tentang konsep teknik cinematic dan bagaimana teknik ini dapat digunakan sebagai media bantu promosi digital pada Salon Bricela. Peserta pelatihan akan diajarkan tentang cara membuat video dengan teknik cinematic, seperti penggunaan kamera, pengaturan pencahayaan, dan lain-lain (Wibowo et al., 2021).

b. Pembuatan Vidio

Praktik langsung pembuatan video dengan teknik cinematic, Setelah peserta memahami konsep dasar teknik cinematic, mereka akan diberikan kesempatan untuk langsung mempraktikkan pembuatan video dengan teknik tersebut. Pelatih dapat memberikan tugas kepada peserta untuk membuat video promosi yang menampilkan produk dan jasa Salon Bricela dengan teknik cinematic yang telah dipelajari.

c. Pengeditan Vidio

Pengeditan video dengan menggunakan software editing, Setelah pembuatan video selesai, peserta akan diajarkan tentang cara mengedit video dengan menggunakan software editing seperti Adobe Premiere atau Final Cut. Peserta akan belajar mengenai teknik-teknik editing dasar, seperti penggunaan efek transisi, efek khusus, pengaturan suara, dan lain-

lain.

d. Penyebaran Vidio

Penyebaran video promosi ke media sosial dan website Salon Bricela, Setelah video promosi selesai diedit, peserta akan diajarkan tentang cara menyebarluaskan video tersebut ke media sosial dan website Salon Bricela. Pelatih dapat memberikan penjelasan tentang cara menulis deskripsi yang menarik dan menambahkan tagar yang tepat untuk menjangkau target audiens yang lebih luas.

e. Evaluasi

Evaluasi dan umpan balik Pada tahap terakhir, peserta akan dievaluasi oleh pelatih mengenai hasil karya video promosi yang telah dibuat.. Selain itu, peserta juga dapat memberikan umpan balik kepada pelatih mengenai kualitas pelatihan dan perbaikan yang dapat dilakukan di masa depan.

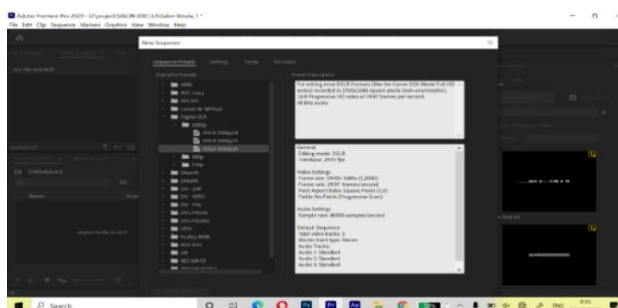
Pembahasan

Mengacu pada teknik yang digunakan pada metode pengenalan konsep maka Pengenalan Tahap ini biasanya dimulai dengan pengenalan dan penjelasan mengenai teknik cinematic dan pentingnya teknik tersebut dalam konteks promosi digital. Production merupakan tahapan dimana semua aktivitas yang berhubungan dengan perekaman video, perakaman suara dan pemilihan *backsound*, yang nantinya digunakan untuk proses editing video(Purba & Dian, 2022),perawatan Hair Spa & Creambath salah satu perawatan spa yang ada di salon Bricela, peserta akan belajar mengenai teori-teori dasar tentang teknik cinematic seperti rule of thirds, framing, dan jenis-jenis shot. Selanjutnya, peserta akan diberikan kesempatan untuk mempraktikkan teknik-teknik tersebut melalui latihan visual dan simulasi situasi pengambilan gambar.



Gambar 2. Founder dan peserta pelatihan bricela

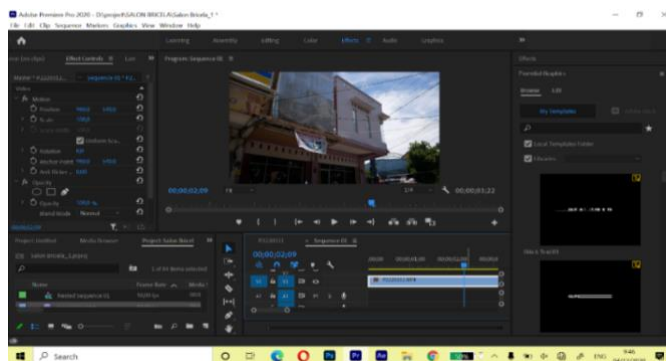
Proses editing merupakan proses dimana kita menggabungkan video-video yang telah direkam sebelumnya menjadi satu kesatuan cerita yang sesuai dengan konsep cerita yang kita buat. Dalam proses editing ini, penulis menggunakan dua *software* yaitu, Adobe Premiere Pro. Didalam proses pengeditan menggunakan Adobe Premiere Pro ini, video yang telah di rekam akan di gabungkan menjadi satu video, dan selanjutnya dimasukkan suara narasi dan backsound yang telah disiapkan sebelumnya. Adapun tahapan – tahapan dalam proses editing video ini sebagai berikut :



Gambar 3. Setting New Project Adobe Premiere

Sumber : Penulis

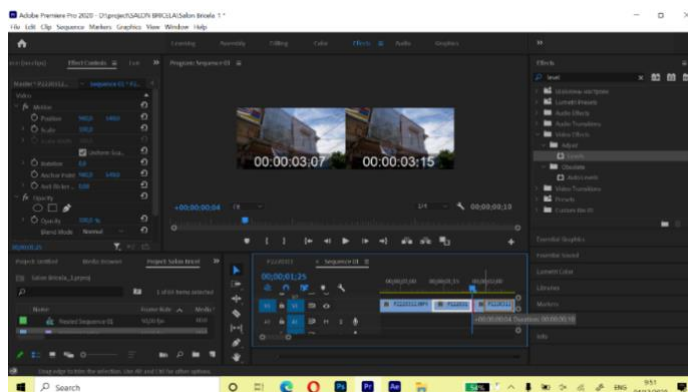
- 1) Buka aplikasi adobe premiere selanjutnya pilih dan klik new project, di new squance pilih resolusi yang berukuran HDV 1080p25/24. Berikut adalah langkah-langkah umum untuk membuat proyek baru di Adobe Premiere:
- 2) Pilih "File" di menu utama dan pilih "New" untuk membuat proyek baru.
- 3) Di jendela New Project, beri nama proyek Anda dan tentukan lokasi penyimpanan.
- 4) Pilih "HDV" sebagai format pengaturan.
- 5) Pilih "1080p" sebagai resolusi proyek Anda.
- 6) Pilih "25" atau "24" sebagai frame rate sesuai kebutuhan Anda (fps).
- 7) Klik "OK" untuk membuat proyek baru dengan pengaturan yang telah Anda pilih.
- 8) Setelah mengikuti langkah-langkah ini, Anda akan memiliki proyek baru dengan resolusi HDV 1080p25/24 di Adobe Premiere. Harap dicatat bahwa antarmuka dan opsi yang tersedia dapat sedikit berbeda tergantung pada versi Adobe Premiere yang Anda gunakan.



Gambar 4. Import video

Langkah selanjutnya adalah kita infort bahan – bahan yang akan kita olah seperti data video, gambar dan suara dengan cara pilih menu file→import→pilih data yang akan diimportkan kemudian gabungkan video dengan cara klik dan tahan lalu drag bawa ke timeline.

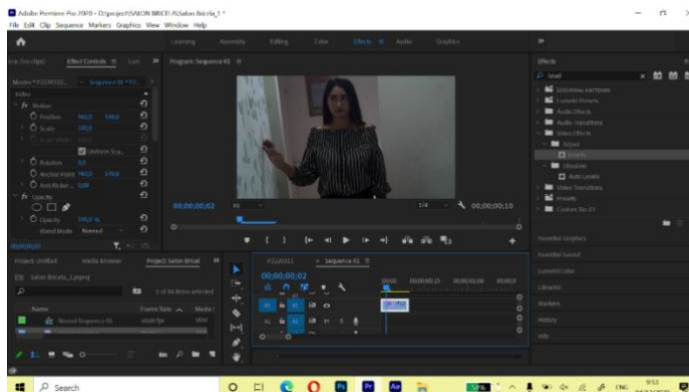
1. Klik menu "File" di bagian atas jendela Adobe Premiere.
2. Pilih opsi "Import" dari menu dropdown yang muncul. Anda juga dapat menggunakan pintasan keyboard "Ctrl+I" (Windows) atau "Command+I" (Mac) untuk membuka jendela impor.
3. Jendela impor akan terbuka, dan Anda dapat menjelajahi folder komputer Anda untuk menemukan bahan-bahan yang ingin diimpor.
4. Pilih file video, gambar, atau suara yang ingin Anda impor, kemudian klik tombol "Import" atau tekan tombol "Enter" pada keyboard Anda.
5. Setelah bahan-bahan terimpor, Anda akan melihatnya muncul di panel "Project" di Adobe Premiere.
6. Sekarang, untuk menggabungkan video ke dalam timeline, cari video yang ingin Anda gabungkan dan klik dan tahan di atasnya.
7. Seret video ke dalam area timeline di bagian bawah jendela Adobe Premiere. Anda dapat menentukan posisi tepat di timeline dengan menahan dan menyeret video ke kiri atau kanan.
8. Lepaskan tombol mouse untuk melepaskan video di posisi yang diinginkan di timeline.
9. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Anda dapat mengimpor bahan-bahan ke dalam proyek Adobe Premiere dan menggabungkannya di timeline untuk mengatur urutan dan pengeditan video. Harap dicatat bahwa antarmuka dan opsi yang tersedia dapat sedikit berbeda tergantung pada versi Adobe Premiere yang Anda gunakan.



Gambar 5. Memotong Video dengan Rzol Tool

Memotong video sesuai dengan yang kita butuhkan dengan menggunakan razor tool dengan cara pilih razor tool di tool box kemudian geser time line ke bagian yang akan dipotong atau dibuang lalu klik dan hapus bagian yang di potong.

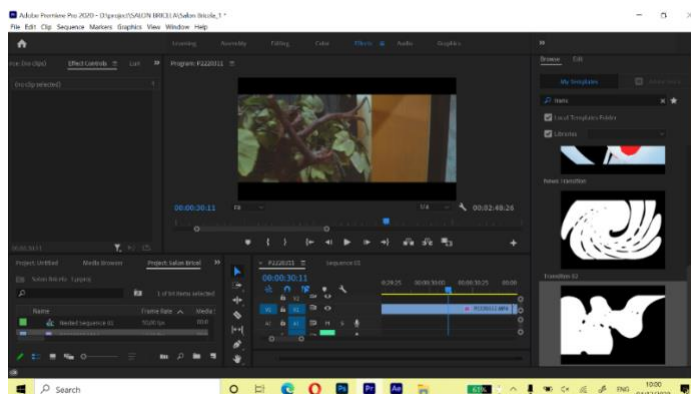
1. Di Adobe Premiere, pastikan Anda berada di mode pengeditan (editing mode) dengan memilih panel "Timeline".
2. Di toolbox di sebelah kiri jendela Adobe Premiere, cari dan pilih "Razor tool" (atau tekan tombol keyboard "C" sebagai pintasan).
3. Geser timeline ke bagian video yang ingin Anda potong atau buang.
4. Pastikan track video yang ingin Anda potong terpilih. Jika tidak terpilih, klik pada track video tersebut di panel "Timeline".
5. Gunakan Razor tool untuk mengklik pada titik awal atau akhir dari bagian yang ingin Anda potong. Ini akan membuat pemotongan di timeline di posisi tersebut.
6. Setelah membuat pemotongan awal, klik pada titik lain di timeline untuk membuat pemotongan akhir. Ini akan menghapus bagian yang Anda pilih.
7. Untuk menghapus bagian yang dipotong, pilih potongan tersebut di timeline dan tekan tombol "Delete" pada keyboard Anda.
8. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Anda dapat menggunakan Razor tool untuk memotong video di Adobe Premiere. Pastikan untuk memilih track yang tepat dan membuat pemotongan awal dan akhir yang diperlukan sebelum menghapus bagian yang dipotong. Harap dicatat bahwa antarmuka dan opsi yang tersedia dapat sedikit berbeda tergantung pada versi Adobe Premiere yang Anda gunakan.



Gambar 6. Menambahkan efek level

Tambahkan level di video dengan cara pilih menu effect kemudian cari level dan drag ke video yang ingin ditambahkan levelnya.

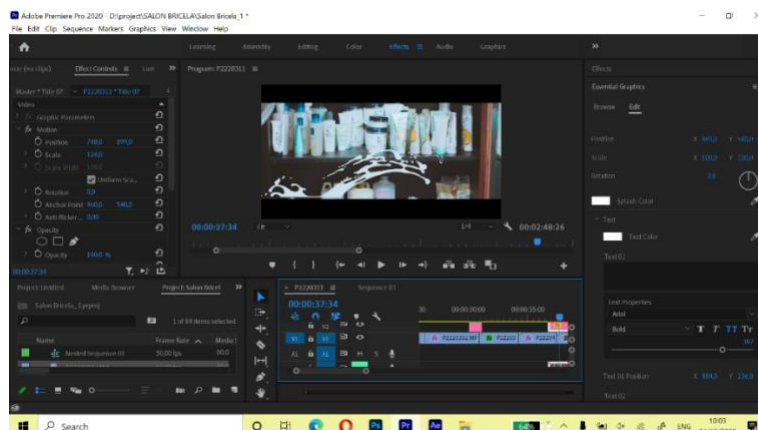
1. Pastikan Anda berada di mode pengeditan (editing mode) dengan memilih panel "Effects" di bagian atas jendela Adobe Premiere.
2. Di panel "Effects", Anda dapat mencari efek dengan mengetikkan nama efek yang ingin Anda gunakan di kotak pencarian. Dalam hal ini, ketik "Level" di kotak pencarian.
3. Temukan efek "Levels" dalam hasil pencarian dan seret efek tersebut ke video yang ingin Anda tambahkan levelnya di timeline.
4. Setelah menambahkan efek "Levels" ke video, Anda dapat menyesuaikan pengaturannya di panel "Effect Controls" yang berada di sebelah kanan jendela Adobe Premiere.
5. Di panel "Effect Controls", Anda akan melihat pengaturan yang dapat Anda ubah untuk efek "Levels", seperti kecerahan (Brightness), kontras (Contrast), dan lainnya. Sesuaikan pengaturan sesuai dengan kebutuhan Anda.
6. Jika ingin menambahkan efek level ke beberapa klip video, Anda dapat menyalin dan menempelkan efek tersebut pada klip video lain di timeline dengan cara mengklik kanan pada efek dan memilih opsi "Copy" dan kemudian mengklik kanan pada klip video lain dan memilih opsi "Paste Attributes". Pilih atribut yang ingin Anda terapkan, seperti efek "Levels".
7. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Anda dapat menambahkan efek "Levels" ke video di Adobe Premiere dan menyesuaikan pengaturan level sesuai kebutuhan Anda. Harap dicatat bahwa antarmuka dan opsi yang tersedia dapat sedikit berbeda tergantung pada versi Adobe Premiere yang Anda gunakan.



Gambar 7. Menambahkan Efek Transision

Efek transisi merupakan efek ketika perpindahan video satu ke video dua, cara menambahkan efek transisi yaitu pilih menu effect→transision→pilih efek transisi yang ingin digunakan sesuai dengan keinginan kemudian drag dan drop di video.

1. Pastikan Anda berada di mode pengeditan (editing mode) dengan memilih panel "Effects" di bagian atas jendela Adobe Premiere.
2. Di panel "Effects", klik pada kategori "Transitions". Anda akan melihat daftar efek transisi yang tersedia.
3. Cari efek transisi yang ingin Anda gunakan dengan menjelajahi daftar atau menggunakan kotak pencarian di atasnya.
4. Setelah menemukan efek transisi yang diinginkan, seret dan lepaskan efek tersebut di antara dua klip video di timeline. Pastikan efek transisi terletak pada area overlap (tumpang tindih) antara dua klip video.
5. Sesuaikan durasi efek transisi dengan menyeret batas-batasnya di timeline. Ini akan menentukan berapa lama efek transisi akan berlangsung antara kedua klip video tersebut.
6. Untuk mengubah pengaturan efek transisi, seperti kecepatan atau penyesuaian khusus, Anda dapat menggunakan panel "Effect Controls" yang berada di sebelah kanan jendela Adobe Premiere.
7. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Anda dapat menambahkan efek transisi antara dua klip video di Adobe Premiere dan menyesuaikan durasi serta pengaturan efek sesuai keinginan Anda. Harap dicatat bahwa antarmuka dan opsi yang tersedia dapat sedikit berbeda tergantung pada versi Adobe Premiere yang Anda gunakan

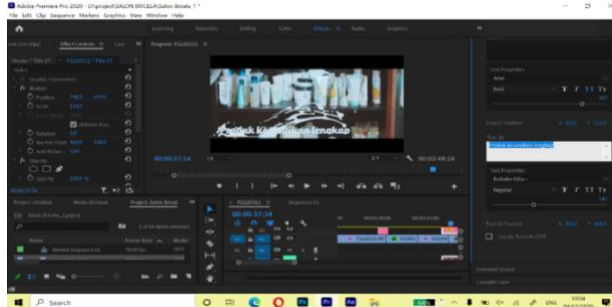


Gambar 8. Menambahkan teks pada video

Cara untuk menambahkan teks atau keterangan pada video pilih menu title→default tiitle→tulis teks atau keterangan kemudian drag dan drop taruh diatas video.

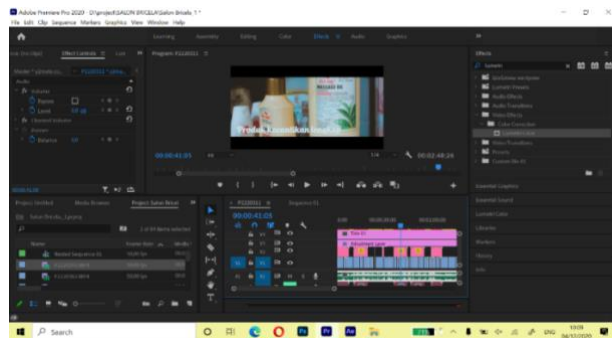
1. Buka Adobe Premiere Pro dan buat proyek baru.
2. Import video yang ingin Anda tambahkan teks atau keterangan.
3. Seret dan letakkan video ke timeline di bawah panel "Project" atau panel "Media Browser".
4. Pilih menu "Title" di bagian atas jendela aplikasi.
5. Dalam menu drop-down, pilih opsi "Default Title" atau "New Title" tergantung pada versi Adobe Premiere Pro yang Anda gunakan.
6. Setelah Anda memilih "Default Title" atau "New Title", jendela baru akan muncul di layar.
7. Di jendela "Title", ketikkan teks atau keterangan yang ingin Anda tambahkan ke video.
8. Sesuaikan ukuran, gaya, warna, dan posisi teks menggunakan panel kontrol di sebelah kanan.
9. Saat Anda puas dengan tampilan teks, klik tombol "OK" atau "Apply" untuk menerapkan teks ke video.
10. Seret dan letakkan teks yang baru saja Anda buat ke atas video di timeline.
11. Sesuaikan durasi teks dengan menggeser tepi teks di timeline.
12. Untuk membuat perubahan tambahan pada teks, klik dua kali teks di timeline untuk membuka jendela "Title" lagi dan edit teks sesuai kebutuhan.
13. Setelah Anda selesai menambahkan teks atau keterangan ke video, Anda dapat melakukan pengeditan dan penyempurnaan lainnya sesuai keinginan Anda.
14. Terakhir, ekspor video dengan memilih opsi "Export" atau "Render" untuk menyimpan video dengan teks atau keterangan yang sudah Anda tambahkan.

15. Ingatlah bahwa langkah-langkah ini dapat sedikit berbeda tergantung pada perangkat lunak pengeditan video yang Anda gunakan. Pastikan untuk merujuk ke dokumentasi atau panduan pengguna dari perangkat lunak yang Anda pilih untuk informasi lebih lanjut.



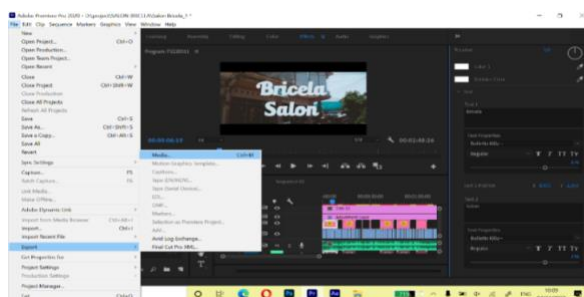
Gambar 12. Edit teks keterangan

- 9) Kembali ke teks kemudian ganti atau edit teks sesuai dengan yang diinginkan.



Gambar 13. Menambahkan backsound suara

- 10) Untuk menambahkan backsound infort suara yang akan digunakan kemudian drag dan drop taruh di track audio.



Gambar 14. export video ke mp4

- 11) Jika semuanya sudah selesai, export proyek menjadi media video dengan format mp4 dengan cara pilih menu file → export → media.
- 12) Pilih preset high bitrate untuk hasil maksimal dengan cara pilih preset → mart source-high bitrate.
- 13) Pilih format lalu pilih H264 karena H264 sama dengan format Mp4 pada format video.

14) Langkah yang terakhir adalah pilih export dan tunggu sampai proses export video hingga selesai. Setelah latihan, para peserta akan menerima umpan balik dari instruktur dan peserta lainnya untuk membantu mereka memahami kelebihan dan kekurangan dari hasil pekerjaan mereka. Pada tahap ini, para peserta akan diberikan tugas untuk menerapkan teknik cinematic yang telah dipelajari pada proyek promosi digital yang sesungguhnya, seperti video promosi salon atau bisnis. Tahap terakhir dari pelatihan adalah evaluasi terhadap hasil kinerja peserta dan apakah mereka telah berhasil menerapkan teknik cinematic secara efektif dalam promosi digital mereka.

a. Post Production

Pada tahap ini, pengembangan aplikasi multimedia memasuki tahapan pengujian alpha dan beta. Setelah aplikasi multimedia lolos uji alpha test dan beta test, maka aplikasi memasuki tahap *packaging*/pengemasan. Pengemasan dapat berupa penulisan ke CD/DVD atau dipublikasikan ke internet atau ke social media untuk sebagai media promosi.

b. Delivery / Distribusi

Tahap *delivey* merupakan tahap akhir dalam proses pembuatan *project* multimedia. Pada *project* ini tahap akhir *delivery* melalui internet dengan mengupload *project* video Pemanfaatan Teknik Cinematik Sebagai Media Bantu Promosi Digital Pada Salon Bricela ke laman *Youtube* serta facebook pihak Salon Bricela. Pada tahap ini, pengembangan aplikasi multimedia memasuki tahapan pengujian alpha dan beta. Setelah aplikasi multimedia lolos uji alpha test dan beta test, maka aplikasi memasuki tahap *packaging*/pengemasan. Pengemasan dapat berupa penulisan ke CD/DVD atau dipublikasikan ke internet atau ke social media untuk sebagai media promosi.

c. Alpha Test

Alpha Test adalah tahap dimana penulis menguji *project* yang telah dibuat apakah sesuai dengan konsep yang telah rancang.

Tabel 1. Alpha Test

No	Pengujian	Hasil	
		Ya	Tidak
1	Tampilan pada video jelas	√	
2	Narasi sudah jelas dan sudah dimengerti	√	
3	Gambar jelas	√	
4	Teks dalam video sudah jelas	√	
5	Sound dalam video jelas	√	

d. Betha Test

Betha testing dilakukan dengan metode angket untuk pengguna dengan cara memberikan pengguna untuk menonton video promosi dan memberikan kuesioner kepada pengguna. Dari hasil penilaian kuesioner didapatkan perolehan sebagai berikut:

Tabel 2. Betha Test

No	Pertanyaan	Penilaian				
		T S	KS	N	S	SS
1	Apakah video promosi ini dapat mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi dengan jelas tentang salon bricela?	0	0	1	11	18
2	Apakah dengan adanya video promosi ini konsumen dapat mengetahui secara rinci tentang perawatan yang ada di salon bricela?	0	0	3	16	11
3	Apakah dengan adanya video promosi ini pelayanan dan spa pada salon bricela ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat?	0	0	3	17	10
4	Apakah penyampaian narasi dalam video promosi dapat tersampaikan dengan jelas?	0	0	2	12	16
5	Apakah backsound yang digunakan dalam video promosi sudah jelas?	0	0	2	19	9
6	Apakah video ini layak dijadikan media promosi pada salon bricela?	0	0	0	12	18
Total		0	0	11	87	82

Berdasarkan data hasil kuesioner, dapat dicari presentase dari masing – masing jawaban dengan menggunakan rumusan sebagai berikut: $Y = \sum jr / (q * p) * 100$

Keterangan :

Y=Nilai Persentase, $\sum jr$ =Total Seluruh Jawaban Responden, q=Jumlah Pertanyaan, p = Jumlah Responden, **TS** = Tidak setuju, **sKS** = Kurang Setuju, **N** = Netral, **S** = Setuju, **SS** = Sangat Setuju

Adapun hasil perhtungan dari tabulasi di atas sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 TS &= \sum jr / (q * p) * 100 \\
 &= 0 / (6 * 30) * 100 \\
 &= 0 / (180) * 100
 \end{aligned}$$

= 0% responden menyatakan tidak setuju terkait kelayakan video promosi pada salon bricela

$$\begin{aligned} \text{KS} &= \sum jr / (q * p) * 100 \\ &= 0 / (6 * 30) * 100 \\ &= 0 / (180) * 100 \\ &= 0\% \text{ responden menyatakan tidak setuju terkait kelayakan video promosi} \\ &\text{pada salon bricela} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{N} &= \sum jr / (q * p) * 100 \\ &= 11 / (6 * 30) * 100 \\ &= 11 / (180) * 100 \\ &= 6\% \text{ responden netral terkait kelayakan video promosi pada salon bricela} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{S} &= \sum jr / (q * p) * 100 \\ &= 87 / (6 * 30) * 100 \\ &= 87 / (180) * 100 \\ &= 48\% \text{ responden menyatakan setuju terkait kelayakan video promosi pada} \\ &\text{salon bricela} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{SS} &= \sum jr / (q * p) * 100 \\ &= 82 / (6 * 30) * 100 \\ &= 82 / (180) * 100 \\ &= 45\% \text{ responden menyatakan sangat setuju terkait kelayakan video promosi} \\ &\text{pada salon bricela} \end{aligned}$$

e. Delivery / Distribusi

Tahap *delivey* merupakan tahap akhir dalam proses pembuatan *project* multimedia. Pada *project* ini tahap akhir *delivery* melalui internet dengan mengupload *project* video Pemanfaatan Teknik Cinematik Sebagai Media Bantu Promosi Digital Pada Salon Bricela ke laman *Youtube* serta facebook pihak Salon Bricela.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan teknik cinematic dapat membantu dalam meningkatkan kualitas konten visual dan promosi digital, sehingga dapat membantu bisnis untuk lebih menarik perhatian pelanggan potensial dan memperluas jangkauan pemasaran mereka. Namun, kesimpulan dari kegiatan pelatihan tersebut tentu tergantung pada banyak

faktor, seperti kualitas pelatihan itu sendiri, kemampuan peserta untuk menerapkan teknik-teknik tersebut, dan sebagainya.

Ucapan Terima Kasih

Tim mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh tim yang telah terlibat dalam pelaksanaan Pelatihan Teknik Cinematic Sebagai Media Bantu Promosi Digital Pada Salon Bricela. Pelatihan ini telah memberikan banyak manfaat dan pengetahuan baru bagi kami, sehingga kami dapat mengembangkan kemampuan dalam membuat konten visual dan promosi digital yang lebih menarik dan berkualitas. Semoga dengan adanya pelatihan ini, bisnis kami dapat semakin berkembang dan menjadi lebih sukses. Sekali lagi, terima kasih atas dedikasi dan kerja keras Anda semua.

Daftar Pustaka

- Azzahra, A. F., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic. *E-Proceeding Of Management*, 8(5).
- Brata, A. I. (2017). Analisis Iklan Rumah Spa Dan Salon Kecantikan Di Kecamatan Ubud. *Retorika: Jurnal Ilmu Bahasa*, 3(1). <https://doi.org/10.22225/Jr.3.1.91.16-29>
- Dwi Anggraeni, R. (2018). *Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal*. 1–152.
- Febiyanti, A. M. (2021). Efektivitas Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Digital. *Efektifitas Social Media Sebagai Media Pemasaran Digital*, Juni.
- Hasibuan, L. (2022). *Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi*. Cnbcindonesia.
- Mardiani, I. E., & Imanuel, O. J. (2013). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing). *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media*, 4(2).
- Pratishara, G., & Masduki, A. (2018). Pelatihan Perancangan Iklan Layanan Masy Araka T. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 489. <https://doi.org/10.12928/Jp.V1i2.347>
- Purba, R., & Dian, T. S. (2022). Pembuatan Video Profile Arjuna Farm. *Jurnal ABDIMAS Budi Darma*, 2(2), 98. <https://doi.org/10.30865/Pengabdian.V2i2.3777>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)*. 3.
- Rahayu, B. M. (2016). Wow, Indonesia Pasar Pertumbuhan Utama Industri Kecantikan ASEAN. SWA.
- Wibowo, T., Gajah Mada, J., & Sei Ladi Batam, B. (2021). Cinematic Sequence For Video Blog Using Multimedia Development Life Cycle. *Journal Of Information System And Technology*, 02(02), 16–48.